





Toybox 예비고객 조사

고객 사진	이름	안 명 숙				
	나이	28세				
	성별	여자				
	주소	서울특별시 관악구 보라매로 35				
	직업	아동 사회복지사				
	소득	월 10000 위안				
	페르소나 유사성	높음	직업을 제외한다면 가장 페르소나와 유사함			
	제품 구매 의지	매우 높음 ○	높음	보통	낮음	매우 낮음
	피드백	복지관에 있는 장난감만으로는 아이들을 만족시키기 어려웠는데 이런 서비스가 나온다면 당장 구매할 것 같습니다. 또한 중고 장난감을 판매할 수 있어서 좋은 것 같습니다.				

고객 사진	이름	정 진 혁				
	나이	25세				
	성별	남자				
	주소	길림성 연길시 조양길 3458				
	직업	학생				
	소득	월 2500 위안				
	페르소나 유사성	낮음	유사성은 낮으나 잠재 고객이기에 조사함			
	제품 구매 의지	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음
			○			
	피드백	좋은 사업모델인 것 같기 때문에 자녀가 생긴다면 제품을 구매할 생각은 있습니다. 하지만 어린아이들이 가지고 노는 장난감이라는 특성 때문에 파손률이 높아 사업성이 낮을 것 같습니다.				

고객 사진	이름	최 미 경				
	나이	45세				
	성별	여자				
	주소	서울특별시 서초구 동광로 17				
	직업	가정주부				
	소득	월 0 위안 (본인의 수입은 없음)				
	페르소나 유사성	보통	나이는 페르소나와 많이 차이나지만 그 외의 조건은 대체로 만족함			
	제품 구매 의지	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음
					○	
	피드백	서비스가 유명해지지 않는 이상 몰라서 구매를 못할 것 같습니다. 또한 아이에게는 항상 깨끗한 새 것을 제공해주고 싶은데 회사 자체적으로 살균서비스를 하더라도 다른 사용자가 사용했던 제품이기에 조금 찝찝할 것 같습니다.				

고객 사진	이름	박 진 수				
	나이	50세				
	성별	남자				
	주소	경상북도 영천시 직동길 3				
	직업	중소기업 회사원				
	소득	월 25000 위안				
	페르소나 유사성	낮음	페르소나와 유사성은 낮으나 자녀를 양육하고 있으며 높은 소득수준을 가지고 있음			
	제품 구매 의지	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음
						○
	피드백	자녀에게 선물을 사주며 기뻐하는 모습을 보는 게 하나의 재미였는데 이 서비스를 이용하게 된다면 그 기회를 놓치게 될 것 같아서 구매 안할 것 같습니다.				

구매에 영향을 미치는 사람들을 분석

챔피언	<p><미취학 아동> 장난감에 금방 싫증을 느낌 다양한 장난감을 갖고 싶어 한다. 친구 장난감에 욕심낸다.</p>	<p><아이 엄마> 아버지 소득에 의존/월150~200 인터넷쇼핑/홈쇼핑에 관심 많음. 컴퓨터로 드라마 다시보기, 검색 이용 가능. 때에 따라 아이의 장난감을 사주는 것에 부담을 느낌. 집에 있는 장난감을 보관, 뒤처리 불편.</p>
최종사용자	<p><미취학 아동> 장난감에 금방 싫증을 느낌 다양한 장난감을 갖고 싶어 한다. 친구 장난감에 욕심낸다.</p>	<p><아이 엄마> 아버지 소득에 의존/월150~200 인터넷쇼핑/홈쇼핑에 관심 많음. 컴퓨터로 드라마 다시보기, 검색 이용 가능. 때에 따라 아이의 장난감을 사주는 것에 부담을 느낌. 집에 있는 장난감을 보관, 뒤처리 불편.</p>
의사결정권자	<p><아이 엄마> ◎고려할 점: -아이가 원하는 장난감이 모두 준비되어 있는가. -위생적인가. -구매에 비해 대여가 효율적인가. -번거롭거나, 부담되는 점은 없는가.</p>	

의사결정 단위 내의 주요 역할들

챔피언 (Champion)	<p>-평소 아이 장난감에 관심이 많던 30대 주부</p> <p>1)새로운 장난감을 얼마가지 않아 지겨워 하는 아이들의 욕구를 충족시키는 것이 매우 고민</p> <p>1. 아이들이 더 이상 가지고 놀지 않은 장난감을 중고로 팔고 싶어 함</p> <p>2. 아이들의 연령대에 맞는 장난감을 추천 받고 싶어하는 주부</p>
최종사용자 (End User)	<p>-미취학 아동</p> <p>1)다양한 장난감을 가지고 놀고싶으나 부모님이 사주는 장난감은 한계가 있음</p>
의사결정자 (Primary Economy Buyer)	<p>-아이들의 어머니 혹은 아버지</p> <p>1)제품을 사용하고 있는 아이들을 양육하고 있는 어머니 혹은 아버지</p>

잠재고객을 실고객으로 만드는 전략

1)장난감 서브스크립션에 관심이 없던 고객도 자신이 가지고 있는 아이들이 싫증난 제품을 중고로 팔 수 있다는 점에서 중고로 팔기위해 서비스를 이용한 고객에게 포인트나 쿠폰을 제공하여 포인트나 쿠폰을 사용하기 위해서 라도 구매로 이어지게 함
2)유치원이나 학원 놀이방 교회 등 단체회원을 위한 브로슈어 배치 또한 그들을 위한 컨설팅 제공
3)파손이나 분실 혹은 청결문제로 자사의 서비스를 이용하는 것을 꺼리는 고객을 위한 보험정책과 청결시스템을 고객에게 팜플렛이나 광고지로 안심시키며 설득시킴
4)장난감의 실제 이용고객은 어린이지만 구매고객은 부모이므로 물건 선정 시 품질이 우수한 것을 선택해야 하여 부모의 구매욕구를 위해 노력하며, 정기적인 시장조사를 통하여 장난감 선호에 대한 동향을 파악하여 실고객 확보에 주력한다.